



KOMUNIKASI BISNIS

(Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)

Tim Penulis:

Hamdan Firmansyah, Nurul Intan Pratiwi, Siti Epa Hardiyanti,
Susiana Dewi Ratih, Agustina Mulyani, Rejeki Bangun,
Yunisa Fitriana, Mira Maulani Utami, Dindin Abdurohim BS,
Deavvy M.R.Y. Johassan, Sattar, Fajar Satria, Gono Sutrisno.



KOMUNIKASI BISNIS

(Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)

Tim Penulis:

Hamdan Firmansyah, Nurul Intan Pratiwi, Siti Epa Hardiyanti,
Susiana Dewi Ratih, Agustina Mulyani, Rejeki Bangun,
Yunisa Fitriana, Mira Maulani Utami, Dindin Abdurohim BS,
Deavvy M.R.Y. Johassan, Sattar, Fajar Satria, Gono Sutrisno.

KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

Tim Penulis:

**Hamdan Firmansyah, Nurul Intan Pratiwi, Siti Epa Hardiyanti,
Susiana Dewi Ratih, Agustina Mulyani, Rejeki Bangun, Yunisa Fitriana,
Mira Maulani Utami, Dindin Abdurohim BS, Deavvy M.R.Y. Johassan,
Sattar, Fajar Satria, Gono Sutrisno.**

Desain Cover:

Usman Taufik

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Neneng Sri Wahyuni

ISBN:

978-623-459-018-0

Cetakan Pertama:

Februari, 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2022

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

PRAKATA

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucapkan rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Komunikasi Bisnis (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)” telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Komunikasi Bisnis (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis).

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “*tiada gading yang tidak retak*” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Januari, 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PEMAHAMAN KOMUNIKASI DAN BISNIS	1
A. Pendahuluan	2
B. Komunikasi dan Bisnis	3
C. Pengertian Komunikasi Bisnis	8
D. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Bisnis	9
E. Jenis-Jenis Komunikasi Bisnis	10
F. Komponen-Komponen Komunikasi Bisnis	10
G. Bentuk-Bentuk Dasar Komunikasi Bisnis	11
H. Proses Komunikasi Bisnis	12
I. Pola Komunikasi Bisnis	14
J. Model-Model Komunikasi Bisnis	15
K. Strategi Komunikasi Bisnis	17
L. Rangkuman Materi	18
BAB 2 KOMUNIKASI ANTARPRIBADI	25
A. Pendahuluan	26
B. Pengertian KAP	27
C. Karakteristik Komunikasi Antarpribadi	29
D. Pengertian Komunikasi Antarpribadi	31
E. Proses-Proses Komunikasi Antarpribadi	34
F. Rangkuman Materi	40
BAB 3 KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI	43
A. Pendahuluan	44
B. Definisi dan Fungsi Komunikasi Organisasi	45
C. Elemen-Elemen Komunikasi	48
D. Pola Komunikasi Organisasi	49
E. Dimensi Komunikasi Dalam Organisasi	51
F. Gaya Komunikasi Dalam Organisasi	52
G. Rangkuman Materi	54
BAB 4 PERAN JARINGAN ORGANISASI	57
A. Pendahuluan	58

B.	Pendekatan Sistem Dalam Komunikasi Organisasi.....	59
C.	Jaringan Komunikasi Dalam Organisasi	64
D.	Faktor Faktor Jaringan Komunikasi	65
E.	Struktur Dalam Jaringan Komunikasi Organisasi	68
F.	Analisis Jaringan Komunikasi	74
G.	Rangkuman Materi	75
BAB 5 PERENCANAAN DAN PENGORGANISASIAN PESAN BISNIS		77
A.	Pendahuluan.....	78
B.	Pengertian Perencanaan Pesan Bisnis.....	81
C.	Tujuan Perencanaan Pesan Bisnis	81
D.	Langkah-Langkah Merencanakan Pesan Bisnis	83
E.	Mengorganisasi Pesan Bisnis	86
F.	Manfaat Mengatur Pesan Bisnis Yang Baik	87
G.	Pentingnya Mengorganisasi Pesan Dengan Baik	88
H.	Menentukan Media Yang Digunakan Dalam Komunikasi Perusahaan	89
I.	Rangkuman Materi	90
BAB 6 PROSES KOMUNIKASI DALAM BISNIS.....		93
A.	Pendahuluan.....	94
B.	Konteks Komunikasi Dalam Bisnis	96
C.	Tahapan-Tahapan Dalam Proses Komunikasi Bisnis	100
D.	Tingkatan Proses Komunikasi	104
E.	Rangkuman Materi	105
BAB 7 PERAN KOMUNIKASI DALAM BISNIS		109
A.	Pendahuluan.....	111
B.	Komunikasi	111
C.	Bisnis.....	114
D.	Komunikasi Dalam Bisnis	116
E.	Jenis-Jenis Komunikasi Dalam Bisnis	118
F.	Peran Teknologi Dalam Komunikasi Bisnis	119
G.	Tujuan dan Manfaat Komunikasi Dalam Bisnis	120
H.	Rangkuman Materi	121
BAB 8 PENULISAN DIRECT REQUEST		125
A.	Pendahuluan.....	126
B.	Pengertian Direct Request.....	127

C. Pengorganisasian Direct Request	128
D. Permintaan Informasi	129
E. Menulis Direct Request Untuk Pengaduan.....	133
F. Surat Undangan, Pesanan dan Reservasi	135
G. Surat Permintaan Kredit	138
H. Surat Rekomendasi	138
I. Penulisan Pesan Rutin dan Positif	139
J. Rangkuman Materi	140
BAB 9 PENULISAN BAD – NEWS.....	143
A. Pendahuluan.....	144
B. Konsep <i>Bad news</i> dan Tujuan Dalam Mengkomunikasikan <i>Bad news</i>	145
C. Strategi Pengorganisasian Pesan-Pesan <i>Bad news</i>	147
D. Penyampaian <i>Bad news</i> Ke Pelanggan	151
E. <i>Bad news</i> Tentang Orang.....	153
F. Mengkomunikasikan Informasi dan Jawaban Negatif.....	154
G. Poin-Poin Penting Yang Harus Diperhatikan Dalam Mengembangkan <i>Bad news</i>	156
H. Teknik Untuk Menyampaikan <i>Bad news</i> Secara Sensitif	157
I. Rangkuman Materi	160
BAB 10 KOMUNIKASI MELALUI TEKNOLOGI	165
A. Pendahuluan.....	166
B. Perkembangan Teknologi Dalam Proses Komunikasi.....	168
C. Perangkat Teknologi Untuk Komunikasi.....	172
D. Etika Komunikasi Melalui Teknologi	179
E. Rangkuman Materi	183
BAB 11 WAWANCARA KERJA	187
A. Pendahuluan.....	188
B. Pengertian Wawancara	189
C. Persiapan Wawancara	190
D. Pelaksanaan Wawancara	191
E. Rangkuman Materi	197
BAB 12 SUKSES NEGOSIASI: Strategi dan Taktik Mengembangkan Ketrampilan Negosiasi	201
A. Pendahuluan.....	202

B. Pengertian Negosiasi	203
C. Keterampilan Negosiasi	204
D. Tantangan Dalam Bernegosiasi di Era New Normal	208
E. Persiapan Sebelum Negosiasi	208
F. Tahapan Penting Negosiasi	210
G. Kegagalan Perundingan	212
H. Elemen-Element Penting Negosiasi	214
I. Negosiasi Informal	214
J. Rangkuman Materi	214
BAB 13 TEKNOLOGI DALAM KOMUNIKASI	217
A. Pendahuluan	218
B. Pengertian dan Implementasi Teknologi Komunikasi	219
C. Arti Penting Teknologi Komputer Dalam Komunikasi	222
D. Arti Penting Sistem Informasi Manajemen Dalam Teknologi Komunikasi	224
E. Komunikasi Data	225
F. Aplikasi Komunikasi Data	228
G. Jenis-Jenis Komunikasi Data	229
H. Tipe Komunikasi Data	230
I. Pengaruh Teknologi Komunikasi Dalam Masyarakat	231
J. Sejarah Perkembangan Teknologi Jaringan 1G, 2G, 3G, 4G dan 5G	234
K. Keuntungan Teknologi 5G Bagi Pengguna	238
L. Teknologi 5G Percepat Transformasi Digital	238
M. Teknologi Komunikasi Baru Masa Depan	239
N. Rangkuman Materi	246
GLOSARIUM	250
PROFIL PENULIS	255



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 1: PEMAHAMAN KOMUNIKASI DAN BISNIS

Dr. Hamdan Firmansyah, M.M.Pd., M.H

Lembaga Pendidikan dan Dakwah Pesantren Cendekia

BAB 1

PEMAHAMAN KOMUNIKASI DAN BISNIS

A. PENDAHULUAN

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri tanpa adanya bantuan dan interaksi dengan manusia yang lainnya. Manusia membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dalam kelangsungan kehidupannya. Karena itu, manusia membutuhkan komunikasi untuk menjalin hubungan baik antar sesamanya. Komunikasi merupakan aktivitas yang sangat penting dan esensial dalam kehidupan manusia. Dalam bisnis, komunikasi merupakan sarana langsung bagi pimpinan untuk mempengaruhi karyawan. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa komunikasi merupakan kekuatan utama yang dapat menentukan berkembang atau tidaknya suatu organisasi bisnis. Tanpa adanya komunikasi yang baik dan efektif antara pimpinan dan karyawan maka organisasi perusahaan tidak akan berjalan dengan baik, dan bisa dikatakan bahwa pimpinanlah yang mempunyai peran penting untuk mempengaruhi karyawan, melalui hubungan komunikasi yang baik (Hayati, 2013).

Komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian yakni kedua belah pihak antara pengirim dan penerima informasi dapat memahami serta menyetujui suatu gagasan tersebut. Dalam dunia usaha (bisnis) komunikasi memiliki peranan yang sangat penting yakni: 1) Sebagai alat untuk menciptakan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohim (2018) *Komunikasi Eksternal BP4 KUA Ilir Barat I Dalam Mensosialisasikan Pranikah*. Palembang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah
- Afuah, Allan (2004) *Business Models: A Strategic Management Approach*. New York: Mc Graw-Hill
- Alma, Bukhari (1993) *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfa Beta
- Amirullah; Hardjanto, Imam (2005) *Pengantar Bisnis*. Bandung: Graha Ilmu
- Boone, Louis E (2007) *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat
- Bovee, Courtland L; Thill, John V (2005) *Bussiness Communication Today*. Edisi 8. USA: Pearson Prentice Hall
- Cangara, Hafied (2015) *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Curtis, Dan B; Floyd, dan James J; Winsor, Jerry L (2004) *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Dewi, Sutrisna (2007) *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Effendy, Onong Uchjana (2005) *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Fiske, John (2012) *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Griffin, Ricky W; Ronald J. Ebert (2007) *Bisnis*, edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga
- Hayati, Indah Nur (2013) *Komunikasi Bisnis Bagian Exim (Export dan Import) pada PT. Aneka Regalindo*. Surabaya: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
- Hooper, D, Coughlan, J and Mullen, M (2008) *Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit*. *Electronic Journal of Business Research*
- Husna, Asmaul (2018) *Strategi Komunikasi Bisnis El-Hanief Dalam Upaya Membranding Usaha Konveksi Pertama di Banda Aceh*. Banda Aceh: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

- Katz, Bernard (1994) *Komunikasi Bisnis Praktis*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo
- Liliweri, Alo (2009) *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*, Cet. IV. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Madura, Jeff (2007) *Introduction to Business*. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat
- Muhammad, Arni (2009) *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mukhlis, Muhammad (2013) *Pola Komunikasi Islam Penyuluh Dalam Pencegahan dan Pemberantasan Bahaya Penyalahgunaan Narkoba di Kalangan Remaja Kota Langsa*. Medan: Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara
- Mulyana, Deddy (2010) *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XIV. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Priyatna, Soeganda; Ardianto, Elvinaro (2009) *Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Purwanto, Djoko (2002) *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Riswandi (2009) *Ilmu Komunikasi*. Jakarta Barat: Graha Ilmu
- Sari, Inda Puspita (2018) *Model Komunikasi Yayasan Al-Hasanah Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dakwah Okura di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru*. Pekanbaru: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
- Setiawan, Galih Candra (2018) *Persaingan Usaha Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam (Studi Kasus Toko Pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung)*. Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung
- Sukirno, Sadono (2010) *Makroekonomi. Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT. RajaGrasindo Perseda
- Sutarno (2012) *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Tantri, Francis (2009) *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers
- Turner & Richard (2008) *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Vardiansyah, Dani (2008) *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. II. Jakarta: PT Indeks
- Wirasmita, Yuyun (1998) *Komunikasi Bisnis dan Professional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Yukl, Gary (2010) *Leadership in Organizations*. 7th Edition. Jakarta: PT. Indeks
- Yunilianto, Sony (2013) *Komunikasi Bisnis Angkringan Khas Djogja Pakde Toro di Surabaya*. Surabaya: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 2: KOMUNIKASI ANTARPRIBADI

Nurul Intan Pratiwi, S.Sos., M.Si.

Politeknik Negeri Jakarta

BAB 2

KOMUNIKASI ANTARPRIBADI

A. PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial, tidaklah hidup dalam lingkungan yang hampa. Dalam kehidupan sehari-hari, baik sebagai anggota keluarga maupun sebagai anggota kelompok masyarakat selalu melakukan interaksi dengan orang lain. Proses komunikasi ini terjadi melalui komunikasi lisan dan tertulis. Komunikasi antarpribadi (KAP) yaitu kegiatan komunikasi yang penting yang membuat kita masih menjaga hubungan antarpribadi atau relasi antarpersonal dengan sesama. Kemampuan menjalin KAP merupakan salah satu kompetensi penting yang harus kita kuasai baik untuk menjaga relasi sosial kita maupun relasi fungsional. Kita bisa sekedar berbasa-basi untuk bertegur sapa, kita juga bisa meyakinkan pelanggan yang menyampaikan keluhannya secara personal, sebagai kegiatan KAP kita.

Di tengah perkembangan teknologi komunikasi yang kini sudah menjadi bagian hidup keseharian banyak orang, maka kita pun tak bisa mengabaikan perkembangan tersebut. Memang perkembangan teknologi komunikasi kini memungkinkan manusia berkomunikasi tanpa mesti berada pada tempat yang sama. Namun, kiranya kita bisa menyaksikan bagaimana teknologi informasi dan komunikasi tersebut menyediakan peluang dan kemungkinan baru untuk praktik KAP. Kita bisa menyaksikan, kegiatan komunikasi yang memungkinkan terjadinya perubahan sikap, pendapat atau perilaku pada komunikasi bisa terjadi, tanpa orang mesti bertemu secara langsung. Di sinilah pentingnya kita mempelajari unsur-unsur KAP.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus M. Hardjana. 2003. *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Penerbit Kanisius , Yogyakarta
- Baskin, O.W. & Aronoff, C.E. 1980. *Interpersonal Communication in Organizations*. Santa Monica, Cal.: Goodyear Publishing Company, Inc.
- Deddy Mulyana.2005. *Ilmu komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- DeVito, Joseph, 1989, *The Nonverbal Communication Workbook (Prospect Heights)*, Illinois: Waveland Press.
- Cangara, Hafied.1988. *Pengantar Ilmu Komunikasi.*: PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2003, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bhakti, Bandung.
- Hidayat, Dasrun. 2012. *KAP dan Mediana*. Yogyakarta, Graha ilmu.
- Joseph, A, DeVito. 1989. *The Interpersonal Communication Book, Professional Book*, Jakarta
- , 1997. *Komunikasi Antar Manusia: Kuliah Dasar* . Edisi Kelima, Diterjemahkan Oleh Agus Maulana. Jakarta: Professional Books.
- Mulyana, Dedy dan Jalaludin Rakhmat. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya.. Hal: 5.
- Onong Uchjana Effendi.2006. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung. hal. 62
- Roloff, M.E. 1987. *Communication of Conflict* dalam Berger, Charels R. & Chaffee, Steven H. (1987) *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: Sage Publications
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 3: KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

Siti Epa Hardiyanti, S.E., M.M

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

BAB 3

KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

A. PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas tentang komunikasi dalam organisasi. Sebagai makhluk sosial, komunikasi seringkali terjadi antar sesama untuk membuat kita selalu merasa saling dekat antara satu dengan yang lain. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian stimulus dari komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Sedangkan organisasi merupakan suatu kesatuan atau kelompok dalam kehidupan sosial yang saling berinteraksi dan bekerjasama secara formal untuk mencapai suatu tujuan bersama. Manusia dalam menjalani sebuah kehidupan harus dapat berinteraksi antar sesama, entah itu komunikasi antar pribadi maupun kelompok.

Komunikasi organisasi pada dasarnya terdiri dari tiga bentuk, yaitu komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal. Komunikasi vertikal yaitu komunikasi yang terjalin antara atasan dan bawahan. Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang terjalin antara sesama rekan atau karyawan. Sedangkan komunikasi diagonal yaitu komunikasi yang terjalin antar sesama rekan yang berbeda bidang.

Fungsi komunikasi dalam suatu organisasi yaitu berfungsi sebagai fungsi informatif, dimana orang-orang yang terlibat dalam suatu organisasi dapat memperoleh informasi yang baik untuk mencapai tujuan organisasi; fungsi regulatif, dimana komunikasi dalam organisasi berfungsi sebagai regulator untuk mengatur dan mengendalikan semua informasi yang disampaikan berdasarkan kewenangannya; fungsi persuasif, dimana suatu komunikasi digunakan oleh seorang pimpinan untuk membangun persuasi

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, S., & Dewi, R. (2018). Komunikasi Organisasi (Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis). *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 3(2), 192. <https://doi.org/10.33376/ik.v3i2.234>
- Katuuk, O. M., Mewengkang, N., & Kalesaran, E. R. (2016). *Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni Vox Angelica*. 5, 10.
- Ruliana, P. (2014). *Komunikasi Organisasi (Teori dan Studi Kasus)* (2nd ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2014). *Human Communication 1: Prinsip-prinsip Dasar* (13th ed.). McGraw-Hill Companies.
- Winbaktianur, & Sutono. (2017). Analisis Komunikasi Dalam Organisasi. *Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb*, 9(2), 127–132.
- Zahara, E. (2018). *Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi*. 8.



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 4: PERAN JARINGAN ORGANISASI

Dr. Dra. Susiana Dewi Ratih, M.M

Universitas Mohammad Husni Thamrin Jakarta

BAB 4

PERAN JARINGAN ORGANISASI

A. PENDAHULUAN

Jaringan adalah hubungan yang terbentuk oleh adanya komunikasi antara individu dalam kelompok yang menciptakan struktur sistem sosial. Saat orang berkomunikasi, terbentuklah hubungan antara mereka, menciptakan jaringan komunikasi. Ada dua jenis jaringan komunikasi dalam organisasi, yaitu jaringan formal dan jaringan non formal. Jaringan formal adalah jaringan komunikasi dalam yang dibatasi oleh aturan dalam organisasi. Umumnya jaringan formal hanya mengungkap sebagian kecil dari struktur organisasi. Jaringan non formal, adalah jaringan yang dibangun bukan oleh peraturan formal, tapi oleh hubungan dan kontak sehari-hari yang dilakukan secara teratur oleh anggota organisasi.

Pola hubungan komunikasi yang terbentuk, memperlihatkan berbagai peran anggota organisasi dalam jaringan tersebut. Roger & Kinckaid, 1981, analisis jaringan komunikasi adalah merupakan metode penelitian untuk mengidentifikasi struktur komunikasi dalam suatu sistem, dimana data hubungan mengenai arus komunikasi dianalisis menggunakan beberapa tipe hubungan interpersonal sebagai unit analisis. Hal ini dimaksudkan untuk memahami gambaran umum mengenai interaksi manusia dalam suatu sistem. Analisis jaringan komunikasi dalam organisasi akan dapat diidentifikasi cluster komunikasi (klik) dalam organisasi, mengidentifikasi peranan khusus seseorang dalam jaringan komunikasi, misalnya sebagai liaisons, bridges dan isolated, serta mengukur berbagai indikator (indeks) struktur komunikasi, seperti keterhubungan klik, keterbukaan klik, keintegrasian klik, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kriyantono, R. 2008. Teknis Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lewis, P.V. 1987. *Organizational Communication: The Essence of Effective Management*. New York: John Willey & Sons.
- Mahmud, Z & A. Swarnawati. 2020. Pola Jaringan Komunikasi Organisasi Pada Havara Organizer Pt. Havara Ruhama Ramadhani Di Tangerang Selatan . Perspektif Komunikasi Jurnal Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis, vol 4 no 1 Juni 2020. Juni 2020 (50-60)
- Miller, K. 2005. *Communication Theories: Perspectives, Process and Context*. 2nd Ed. Boston: Mc Graw Hill.
- Miller, K. 2009. *Organizational Communication*. 5th Ed. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Modaff, D.P., dkk. *Organizational Communicaton: Foundation, Chalanges, and Misunderstandings*. 2nd. Boston: Ed. Pearson Education, Inc.
- Morgan, G. (1989). *Creative Orngaization Theory*. Newbury Park: Sage Publication
- Muhammad, A. (2007). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Pace, R.W & D.F. Faules. 1989. *Organizational Communication*. New Jersey: Prentice Hall
- Ritzer,G dan D. Goodman. (2009). *Teori Sosiologi Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*,Jogyakarta: Kreasi Wacana, Jogjakarta.
- Rogers, E.M., D.L. Kinckaid. 1981. *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. The Free Press, Macmillan Publishing Co.Inc. New York
- Sutopo , JK. 2017. Jaringan Komunikasi tentang Inovasi Obyek dan Strategi Kelompok Pengemis di Kampung Padangan di Kota Solo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 15, Nomor 2. Mei-Agustus 2017 (120-133)



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 5: PERENCANAAN DAN PENGORGANISASIAN PESAN BISNIS

Agustina Mulyani, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Dahani Dahanai Buntok

BAB 5

PERENCANAAN DAN PENGORGANISASIAN PESAN BISNIS

A. PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha, baik itu bidang pekerjaan dan bidang lainnya, komunikasi memegang peranan yang sangat penting. Setiap orang yang terlibat dalam kegiatan tersebut akan saling berinteraksi untuk tujuan tertentu. Karena sejatinya manusia adalah makhluk sosial yang selalu memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain. Selain itu, manusia juga cenderung mengetahui berbagai hal yang terjadi di lingkungan sekitarnya.

Komunikasi merupakan bagian yang tidak bisa terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi bahkan sudah menjadi kebutuhan yang sangat mendasar bagi seseorang terutama dalam bidang bisnis yang selalu membutuhkan metode dan strategi untuk berkomunikasi, agar tujuannya dapat tercapai.

Secara istilah, komunikasi diambil dari bahasa latin yaitu "*communico*" yang artinya berbagi. Dalam arti yang lebih luas, "membagi" dalam hal ini berupa berbagi ide atau gagasan antara satu orang dengan orang lain.

Menurut Himstreet dan Baty dalam *Bussiness Communicatios : Principles and Methods*, komunikasi adalah proses pertukaran informasi antar individu melalui sistem yang sama (*common*), baik dengan simbol, sinyal, perilaku atau tindakan. Sedangkan menurut Bowee, komunikasi adalah proses mengirim dan menerima pesan. Secara sederhana dapat

DAFTAR PUSTAKA

- Afridayani, dkk. 2020. *Komunikasi Bisnis*. Tangerang Selatan : Unpam Press
- Rouly Dorothy, dkk. 2016. *Modul Komunikasi Bisnis*. Jurusan Manajemen/Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Bandar Lampung : Universitas Lampung
- Dwiantra Lukas Suharsono. 2013. *Komunikasi Bisnis Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Service)
- Haryanto Totok, dkk. 2020. *Komunikasi Bisnis Metode dan Impelementasi*. Purwokerto : UM Purwokerto Press (Anggota APPTI)
- Purwanto Djoko. 2010. *Komunikasi Bisnis Edisi ke Empat*. Jakarta : Erlangga.
- Purwanto Djoko. 2019. *Komunikasi Bisnis Edisi ke Lima*. Jakarta : Erlangga.



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 6: PROSES KOMUNIKASI DALAM BISNIS

Rejeki Bangun, S.E., M.M

PT. Team Metal Indonesia

BAB 6

PROSES KOMUNIKASI DALAM BISNIS

A. PENDAHULUAN

Komunikasi mempunyai peran penting dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Komunikasi bisnis adalah proses berbagi informasi antara orang di dalam(internal) dan di luar(eksternal) bisnis. Komunikasi bisnis yang efektif adalah cara manajemen dan karyawan berinteraksi untuk mencapai tujuan bisnis dan mencapai goals dari organisasi tersebut.

Tujuannya adalah untuk meningkatkan praktik bisnis dan mengurangi kesalahan atau resiko kerugian sebagai akibat dari *miscommunication*. Pentingnya komunikasi bisnis juga terletak pada penyajian opsi atau ide bisnis baru, perencanaan dan proposal bisnis, membuat keputusan, pencapaian kesepakatan, pengiriman dan pemenuhan pesanan dalam berbisnis hingga kesuksesan penjualan. Semua aktivitas yang terorganisir dengan baik dalam suatu perusahaan atau organisasi bergantung pada proses komunikasi bisnis yang terjadi.

Komunikasi bisnis akan berjalan dengan baik jika terdapat unsur-unsur sebagai berikut :

- Tujuan komunikasi, dalam melakukan komunikasi tentu saja harus ada tujuan yang disampaikan.
- Pertukaran pikiran.
- Informasi, gagasan, opini, atau instruksi yang merupakan isi pesan.
- Saluran personal atau impersonal.

DAFTAR PUSTAKA

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada

Purwanto, D. (2011). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga

Yosallriantara (2015). *Komunikasi Bisnis*. Tangerang Selatan: Universitas
Terbuka

Mulyana, D. (2005a). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung:
Remadja Rosdakarya.



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 7: PERAN KOMUNIKASI DALAM BISNIS

Yunisa Fitriana, S.ST., M.E

Nama Instansi

BAB 7

PERAN KOMUNIKASI DALAM BISNIS

Komunikasi merupakan suatu aktivitas yang melibatkan antara 2 (dua) orang hingga lebih sampai individu tersebut meninggal dunia. Komunikasi bisa dikatakan ilmu tertua dari berbagai bidang ilmu yang ada. Dengan komunikasi yang baik dan efektif, maka maksud dan tujuan dari komunikasi tersebut akan dapat dipahami dan diterima dengan benar. Begitu juga dengan bisnis, komunikasi yang baik dan efektif akan menghasilkan bisnis yang bagus dan mendatangkan keuntungan yang maksimal.

Sedangkan, bisnis merupakan suatu kegiatan yang berlangsung dalam kehidupan manusia untuk mendapatkan keuntungan dalam terpenuhinya kebutuhan ekonomi. Selama manusia hidup, manusia akan terus melakukan kegiatan bisnis. Seiring dengan perubahan zaman, bisnis pun mengalami perubahan yang dahulu hanya dilakukan oleh 2 (dua) orang disebut juga dengan barter hingga kini berkembang menjadi bisnis yang dilakukan secara bersama oleh banyak orang secara modern dan memerlukan teknologi pendukung dalam pemasarannya. Bisnis yang baik akan terwujud apabila ada komunikasi yang baik sebagai jembatan dalam menyampaikan maksud dan tujuan bisnis tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Dari Buku

Afridayani, Cahyani Yenny, Sopiyan Muhammad. (Cetakan Pertama, 2020). *Komunikasi Bisnis*. Unpam Press, Banten.

Kurniasih Suryana Nia, Mubarak Ahmad, Inten M Sekar, dkk. (Cetakan Pertama, 2021). *Komunikasi Bisnis: Konstruksi Teoretis dan Praktis*. Syiah Kuala University, Aceh.

Dari Jurnal

Fachrul Zikri, Nurhadi, dkk. (2017). *Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi*. Jurnal komunikasi volume 3, No 1, April 2017

Hasim. (2018). *Pola Komunikasi Bisnis Etnis Sunda di Bandung*. Ensains: Vol 1, Nomor 1, Mei 2018



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 8: PENULISAN DIRECT REQUEST

Mira Maulani Utami, S.E., M.M

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

BAB 8

PENULISAN DIRECT REQUEST

A. PENDAHULUAN

Setiap organisasi membutuhkan komunikasi yang efektif didalam meningkatkan kinerja organisasi . Dimana kualitas dari suatu pekerjaan tergantung pada bagaimana komunikasi yang dijalankan, Dimana komunikasi yang efektif juga dapat membantu didalam percepatan karir. Kemampuan untuk secara ringkas dan akurat menyampaikan makna kepada orang yang berbeda adalah prasyarat dalam dunia yang serba cepat saat ini

Banyak komunikasi di dunia profesional yang memerlukan pemberian *direct request* seperti permintaan informasi atau tindakan, balasan kepada pelanggan, dan penjelasan tentang kebijakan atau prosedur (Mizrahi, 2015, p. 29) Bagaimana kita bisa mulai Meningkatkan kualitas percakapan kita di tempat kerja terutama dalam hal *direct request* ? bab ini akan membahas secara rinci

Tujuan dari bab ini, yaitu :

1. mengetahui bagaimana pengorganisasian *direct request*, dimulai dari pembukaan, penjelasan secara rinci dan penutup.
2. membuat surat permintaan informasi baik untuk kalangan intern maupun ekstern organisasi perusahaan.
3. mengetahui bagaimana membuat surat *direct request* atas aduan/klaim dari *audiens*.
4. mengetahui bagaimana membuat surat undangan bisnis, surat pesanan dan surat permintaan kredit.
5. mengetahui bagaimana membuat surat rekomendasi

DAFTAR PUSTAKA

- Daga, Rosnanini (2021). Buku Ajar Komunikasi Bisnis. Jawa Barat : Adanu Abimata
- Mizhari, Janet (2015). Writing for the Workplace Business Communication for Professionals Business Express Press, pp 29-45
- Purwanto, Djoko. 2002. Komunikasi Bisnis (edisi kedua). Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Purwanto, Djoko. 2011. Komunikasi Bisnis (4th ed.). Jakarta: Erlangga



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 9: PENULISAN BAD - NEWS

Dr. Dindin Abdurohim BS, S.Sos., M.M., M.Si

Universitas Pasundan

BAB 9

PENULISAN BAD - NEWS

A. PENDAHULUAN

Komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang dipakai di dalam dunia bisnis yang termasuk berbagai macam bentuk komunikasi, baik itu verbal maupun non-verbal untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Purwanto, 2011), sedangkan menurut : Bernard, Rosenblatt, 1992 : komunikasi bisnis ialah suatu peralihan gagasan, pendapat, arahan, fakta, maupun sejenisnya yang bisa di kemukakan baik dengan cara individual maupun kelompok dengan membuat karakter ataupun atribut untuk bisa memperoleh suatu tujuan perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut, Komunikasi bisnis merupakan kegiatan pertukaran informasi, gagasan, pendapat yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang memiliki tujuan tertentu khususnya dalam dunia bisnis. Komunikasi bisnis dapat berupa pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi produk kerja di dalam struktur dan sistem organisasi.

Di era globalisasi ini, tantangan organisasi bisnis saat ini relatif akan semakin sulit, karena dunia bisnis menghadapi iklim persaingan yang cenderung semakin turbulen. Para pengelola organisasi bisnis perlu membekali diri dalam hal keterampilan lintas budaya, berupa kemampuan berinteraksi dengan berbagai ragam budaya, gaya manajemen atau bisnis bangsa lain, maupun kerjasama tim, baik intern maupun dalam suatu aliansi strategis dengan mitra bisnis.

Salah satu fungsi dari komunikasi bisnis adalah untuk menyampaikan pesan atau informasi, Pesan yang disampaikan tentu tidak selalu berbentuk pesan yang positif atau pesan yang menyenangkan. Bentuk

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdurohim, Dindin.(2021). Pengembangan Media Promosi Digital Marketing Usaha Mikro. Penerbit : Widina Bhakti Persada Bandung.
- Abdurohim, Dindin.(2021). Pengembangan UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis UMKM). Penerbit : Refika Aditama, Bandung.
- Abdurohim, Dindin.(2020). Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM. Penerbit : Bintang Pustaka Madani, Yogyakarta.
- Abdurohim, Dindin.(2019). Komunikasi Bisnis. Penerbit : ALFABETA, Bandung.
- Bernard. S Rosenblatt, Thomas Richard Cheatam, James T. Watt. 1992. Communication in Business. Asia: Simon & Suchuster.
- Bovee, Courtland L. dan Thill, John V. (2007). Komunikasi Bisnis,Edisi Kedelapan, Jilid 1, Indeks. Jakarta.
- Cangara, H. (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Cet. Ke-3. Penerbit : Grafindo Persada, Depok.
- Dedy Mulyana. (2000). Pengantar Ilmu Komunikasi. Penertbit : Remaja Rosadakarya, Bandung.
- Dewi, Sutrisna. (2007). Komunikasi Bisnis, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta.
- Guffey, M.E., Rhodes, Kathleen., & Rogin, Patricia. (2005). Komunikasi Bisnis: Proses dan Produk. Jakarta: Salema Empat
- Kurniasih, Nia,dkk. (2021). Komunikasi Bisnis : Konstruksi Teoretis Dan Praktis. Penerbit : Syiah Kuala University Press, Banda Aceh.
- Machfoedz, Mas'ud (2004), Komunikasi Bisnis Modern untuk Mahasiswa dan Profesi, Penerbit : BPFE, Yogyakarta.
- Sri Haryani. 2001. Komunikasi Bisnis. UPP AMP YKPN: Yogyakarta.
- Priyatna, Soeganda & Elvinaro Ardianto. 2009. Komunikasi Bisnis. Penerbit : Widya Padjajaran, Bandung.
- Purwanto, Djoko. (2011) Komunikasi Bisnis, Penerbit : Erlangga, Jakarta.

Web/ Online :

Sugi. Priharto. 7 October 2019. Pengertian Komunikasi Bisnis, Unsur, Tujuan, Teknik, Dan Jenisnya.

<https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-komunikasi-bisnis/>

Laili Riziiq Ma'rufaa, Strategi Pengorganisasian Pesan-pesan Bad-News Mengomunikasikan Informasi dan Jawaban Negatif Penyampaian bad-News ke Pelanggan Bad-News Tentang Orang.

https://www.academia.edu/12569136/Komunikasi_Bisnis_Penulisan_Bad_News.

<https://www.coursehero.com/file/35591794/PESAN-BISNISdoc/>

<https://www.google.com/search?q=Pengertian+Bad+News.+pendapat>



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 10: KOMUNIKASI MELALUI TEKNOLOGI

Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB 10

KOMUNIKASI MELALUI TEKNOLOGI

A. PENDAHULUAN

Kehidupan manusia dari tahun ke tahun terus mengalami perkembangan. Selayaknya pribadi yang terus bertumbuh, dari bayi hingga dewasa. Peradaban manusia pun demikian, terus bertumbuh dan berkembang. Hal-hal yang penuh kesederhanaan di era sebelumnya, berganti menjadi lebih praktis. Misalnya dengan transportasi online sekarang ini. Perubahan drastis terjadi semenjak tahun 2015, di seluruh pelosok Indonesia.



Gambar 1 Perangkat Faksimili
Sumber: Pencarian Google

DAFTAR PUSTAKA

- Adani, Muhammad Robith, 2020, *Pengertian Internet, Sejarah, Perkembangan, Manfaat, Dan Dampaknya*, Melalui <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-internet/> Diakses Pada 23 Oktober 2021, 10:57.
- Aristian, Toni, 2016, *Infografik Perkembangan Email Dari Waktu Ke Waktu*, Melalui <https://blog.docoblast.com/2016/01/21/infografik-perkembangan-email-dari/> Diakses Pada 1 November 2021, 19:30.
- BAKTI Kominfo, 2019, *Delapan Peralatan Teknologi Komunikasi Yang Masih Eksis Hingga Sekarang* Melalui <https://www.baktikominfo.id/id/informasi/pengetahuan/8-peralatan-teknologi-komunikasi-yang-masih-eksis-hingga-sekarang-802> Diakses Pada 30 Oktober 201, 16:07.
- Choiri, Eril Obeit, 2019, *Sejarah Singkat Internet Dan Perkembangannya Sampai Saat Ini*, Melalui https://qwords.com/blog/sejarah-singkat-internet/#Sejarah_Perkembangan_Internet Diakses Pada 20 Oktober 2021, 15:03
- Herawati, Erni, 2017, *Manusia Dalam Sebuah “Global Village”* Melalui <https://business-law.binus.ac.id/2017/07/30/manusia-dalam-sebuah-global-village/> Diakses Pada, 25 Oktober 2021, 11:13.
- Inixindo Jogja, 2021, *Apa Itu Digitisasi, Digitalisasi, Dan Transformasi Digital? Ketahui Perbedaannya* Melalui <https://inixindojogja.co.id/apa-itu-digitisasi-digitalisasi-dan-transformasi-digital-ketahui-perbedaannya/> Diakses Pada 15 Oktober 2021, 18.15.
- Nasrullah, Rulli, 2021, *Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, Dan Evaluasi*, Jakarta: Kencana.
- Pamungkas, Cahyo, 2015, *Global Village Dan Globalisasi Dalam Konteks Ke-Indonesiaan*, Jurnal Global Strategis, Vol. 9 No. 2, Universitas Airlangga.
- Rhani, Ashya Ravika Mahar, 2020, *Mengenal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK)* Melalui <https://www.kompas.com/skola/read/2020/10/02/142525569/M>

engenal-Teknologi-Informasi-Dan-Komunikasi-Tik Diakses Pada 27 Oktober 2021, 11:26.

Syafani, Arisyah, 2020, *Komunikasi Digital, Jantung Berkomunikasi Di Masa Pandemi* Melalui [Https://Dnktv.Uinjkt.Ac.Id/Index.Php/Komunikasi-Digital-Jantung-Berkomunikasi-Di-Masa-Pandemi/](https://Dnktv.Uinjkt.Ac.Id/Index.Php/Komunikasi-Digital-Jantung-Berkomunikasi-Di-Masa-Pandemi/) Diakses Pada 1 November 2021, 14:00.

Stephanie, Conny, 2021, *Riset Ungkap Lebih Dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial* Melalui [Https://Tekno.Kompas.Com/Read/2021/02/24/08050027/Riset-Ungkap-Lebih-Dari-Separuh-Penduduk-Indonesia-Melek-Media-Sosial](https://Tekno.Kompas.Com/Read/2021/02/24/08050027/Riset-Ungkap-Lebih-Dari-Separuh-Penduduk-Indonesia-Melek-Media-Sosial) Diakses Pada 22 Oktober 2021, 20:39.

Schement, Jorge Reina Etc., 2002, *Encyclopedia Communication And Information*, New York: Mac Millan Reference

Talkwalker, 2021, *Social Media Trends: How To Drive Success In The Accelerated Age Of The 'Now' Consumer*, Hubspot.

Yuniar, Maria, 2021, *Cara Mengirim Email Profesional Dan 9 Kesalahan Yang Umum Dilakukan* Melalui [Https://Www.Ekrut.Com/Media/7-Kesalahan-Umum-Saat-Mengirim-Email](https://Www.Ekrut.Com/Media/7-Kesalahan-Umum-Saat-Mengirim-Email) Diakses Pada 2 November 2021, 14:10.

Zamroni, Mohammad, 2009, *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan*, Jurnal Dakwah, Vol. X No. 2, UIN Sunana Kalijaga Yogyakarta.



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 11: WAWANCARA KERJA

Sattar, S.E., M.Si.

STIMI Samarinda

BAB 11

WAWANCARA KERJA

A. PENDAHULUAN

Persaingan di era global seperti sekarang ini sangatlah ketat, bayangkan saja setiap tahunnya semua perguruan tinggi meluluskan ribuan mahasiswa yang dia anggap sudah lulus dan mempunyai kesempatan untuk terjun didunia kerja. Ribuan lulusan tersebut di ibaratkan seperti pengangguran intelektual, karena dewasa ini lowongan pekerjaan semakin menyempit. Seakan-akan banyaknya mahasiswa yang lulus tidak sebanding dengan jumlah pekerjaan yang ada. Oleh karena itu, sekarang pemerintah maupun pihak swasta sedang gencar-gencarnya menggalakkan program berwirausaha.

Para pemuda kini di berikan peluang dan fasilitas untuk bisa mengembangkan dirinya dengan membuat usaha sendiri. Banyak dari mereka yang memilih membuat usaha sendiri meskipun dengan lingkup yang masih kecil. Akan tetapi tidak sedikit pula yang masih menginginkan menjadi seorang karyawan di sebuah perusahaan ternama. Untuk menjadi seorang pegawai/ karyawan di sebuah perusahaan, kita perlu membekali diri kita dengan beberapa hal, yaitu kemampuan akademik dan juga kemampuan *softskill*. Apalagi kini Indonesia memasuki era yang disebut dengan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Hal yang menjadi fokus kesepakatan antarnegara ASEAN dalam membentuk sebuah kawasan yang terintegrasi secara ekonomi di kawasan ASEAN: (1) Wilayah kesatuan pasar dan basis produksi; (2) Kawasan ekonomi dengan tingkat kompetisi yang tinggi; (3) Kawasan yang memiliki perkembangan ekonomi merata; (4) Kawasan yang diintegrasikan secara penuh terhadap perekonomian global.

DAFTAR PUSTAKA

- Idris, Muhammad. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Makassar: Yayasan Barcode.
- Stewart, Charles dan Cash, W.B. 2013. *Interviu: Prinsip dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mathis, R.L. and Jackson, J.H. 2000. *Human Resource Management*. South Western: Collage Publishing, Ohio.
- Purwanto, Joko. 2011. *Komunikasi Bisnis*. Edisi Empat. Yogyakarta: Erlangga.



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 12: SUKSES NEGOSIASI: Strategi dan Taktik Mengembangkan Ketrampilan Negosiasi

Fajar Satria, MSc., MHum., CHR.P., CPMP., CIRP., CHCM

Akademik Koordinator Bidang Kewirausahaan, Ekonomi dan Manajemen,
Konsultan, Trainer, Praktisi Pengembangan Bisnis dan Commercial Excellence

BAB 12

SUKSES NEGOSIASI: Strategi dan Taktik Mengembangkan Ketrampilan Negosiasi



A. PENDAHULUAN

Sebagai seorang profesional dan pelaku bisnis, Anda akan diminta untuk berpartisipasi dalam negosiasi dari waktu ke waktu, terlepas dari pekerjaan, jabatan maupun industri yang Anda sedang jalani. Kemungkinan besar Anda sudah berpartisipasi dalam negosiasi lebih sering daripada yang Anda sadari, misalnya bernegosiasi disaat mengajukan kenaikan anggaran, membeli dan menjual properti atau peralatan, dan menutup penjualan dengan pelanggan, disaat mendapat tawaran pekerjaan, meminta kenaikan gaji. Itu hanyalah beberapa contoh dari banyak kegiatan Anda yang mungkin memerlukan ketrampilan negosiasi. Diluar lingkup profesional, Anda bisa menggunakan ketrampilan negosiasi dalam kehidupan kemasyarakatan ataupun untuk keperluan pribadi Anda.

DAFTAR PUSTAKA

- Dawson, Roger. 2015. *Secrets of Power Negotiation, Seni Negosiasi*. Jakarta: Gramedia, Cetakan keenam.
- Griffith, D.A., *The Role of Communication Competencies in International Business Relationship Development*. Journal of World Business, 2002.
- Lasmahadi, Arbono. 2005. *Bernegosiasi di Tempat Kerja*. Jakarta: e-Psikologi.com.
- Lewicki, Roy. J. 2012. *Negosiasi: Negotiation*. Penerjemah: M. Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Robbins, Stephen P. & A. Judge, Timothy (2011). *Organizational behavior*. Fourteenth Edition. Pearson education. New Jersey 07458. 77-89.
- Purwanto, Djoko .2011. *Komunikasi Bisnis*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- West, Richard dan Lynn H. Turner, 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, edisi ke-3. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.



KOMUNIKASI BISNIS (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)

BAB 13: TEKNOLOGI DALAM KOMUNIKASI

Gono Sutrisno, S.E., M.M

STIE Bisma Lepisi

BAB 13

TEKNOLOGI DALAM KOMUNIKASI

A. PENDAHULUAN

Seiring majunya teknologi, komunikasi antar manusia semakin lama terus berkembang dan mengalami perubahan. Komunikasi selalu menjadi bagian terpenting dari ekspresi dan interaksi manusia. Jika kita melihat sekeliling kita, semuanya telah berubah dari zaman dulu hingga sekarang. Dunia bergerak begitu cepat dan kita sudah terbiasa dengannya. Manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki ketergantungan terhadap orang lain, membutuhkan interaksi dengan lingkungannya melalui komunikasi. Jika sebelumnya manusia berkomunikasi secara lisan, kini mulai dapat dilakukan, dengan telegraf, Telepon, Faksimili, email, sms, telekonferensi, dan sebagainya.

Semakin kekinian ,proses komunikasi semakin Praktis, dengan ditemukannya penemuan baru dan inovasi baru dari teknologi komunikasi. Dari saat kita bangun Tidur di pagi hari, Melakukan aktivitas keseharian, sampai saat kita pergi tidur kembali, kita menggunakan penemuan teknologi komunikasi terbaru yang membuat hidup manusia akan semakin aman dan nyaman. Sehingga teknologi komunikasi menjadi bagian Hidup yang sulit dihindari oleh manusia. Teknologi informasi dan komunikasi membantu manusia menyampaikan serta mendapatkan informasi cepat dan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadya. Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: LESFI, 2003
- Macnamara, Jim, Panduan Presentasi Modern (The Modern Presenter 's Handbook), Penerbit PT Ketindo Soho, 1998
- Drs. Purwanto, Djoko, MBA. Komunikasi Bisnis. Penerbit Erlangga, Jakarta, 2011
- Riyanto, Muh Zaki. Komunikasi Data. Penerbit, Grafika, 2002
- Suryadi MT, TCP/IP Internet sebagai jaringan Komunikasi Global satu referensi internet, Jakarta; PT. Elek Komputindo kelompok Gramdia, 1997
- Sutabri, Tata,. Sistem Informasi Manajemen. Yogyakarta: Andi, 2005
- Adi Fida Rahman, Apa Itu 5G dan Sejarah Perkembangannya Sampai Kini, (<https://inet.detik.com/telecommunication/d-5594213/apa-itu-5g-dan-sejarah-perkembangannya-sampai-kini/1>)
- Ani Mardatila. Pengertian Teknologi Komunikasi, Sejarah, Beserta Perannya dalam Berkomunikasi, Merdeka.com, (<https://www.merdeka.com/sumut/pengertian-teknologi-komunikasi-sejarah-beserta-perannya-dalam-berkomunikasi-kln.html>)
- Alfi Erdian, Teknologi Glass (Kaca), The Future Era, (<https://wikiap.blogspot.com/2014/11/teknologi-glass-kaca-future-era.html?m=1>)
- Erni Susiyawati. Teknologi Informasi dan Komunikasi Untuk Sistem Informasi Manajemen, WordPress.com, (<https://ernisusiyawati.wordpress.com/2013/05/28/teknologi-informasi-dan-komunikasi-untuk-sistem-informasi-manajemen-2/>)
- Faustinus Nua, Teknologi 5G Percepat Transformasi Digital, (<https://m.mediaindonesia.com/humaniora/439939/teknologi-5g-percepat-transformasi-digital>)
- Irma Ningsih. Pengertian dan jenis-jenis Komunikasi Data, WordPress.com, (<https://irmaningsihblog.wordpress.com/2016/03/29/pengertian-dan-jenis-jenis-komunikasi-data/>)

Ringga Perdana, Pengaruh Teknologi Komunikasi Dalam Masyarakat, (<http://diskominfosantik.bekasikab.go.id/berita/601/pengaruh-teknologi-komunikasi-dalam-masyarakat>) Konsep Teknologi Komunikasi, (http://digilib.unhas.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/MmFjZTZjOGQzMTA1NDU5NTM0NzMyZWlwYTE2NGZjMGVmOTU5MTMyOA==.pdf)

Kusuma Wardani, Teknologi Komunikasi Baru dari Google Glass, (<https://sg.docs.wps.com/l/sIJeJkqw8u5ayjAY>)

PROFIL PENULIS

Dr. Hamdan Firmansyah, M.M.Pd., M.H



Penulis Lahir di Sukabumi tanggal 02 Agustus 1981 dari pasangan Ibu Suaebah seorang pendidik dan Bapak Fajar Hidayat seorang jurnalis. Penulis menikahi wanita yang lahir dari pasangan Ibu Emi Ratnawati dan Bapak Mardjuki bernama Putri Ema Swandayani, S.Kep dan Alhamdulillah baru dikaruniai lima orang anak: Hizqil Hilqiya, Yusya Alyasa, Asmatuha Fariha Yaumia, Muhammad Arasya Muntaha dan Muhammad Irsyad Rasyid. Sekarang penulis bersama keluarga merintis Lembaga Pendidikan dan Dakwah Pesantren Cendekia di Kota Sukabumi. Pendidikan yang ditempuh adalah Madrasah Ibtidaiyah (1993), Madrasah Diniyah Awwaliyah (1994), Taman Pendidikan Al-Quran (1995), Sekolah Menengah Pertama (1996) di kota Sukabumi, Pada pertengahan tahun 1996 Masuk Pondok Modern Gontor kemudian ditempatkan di Kulliyatu-l-Mu'alimin Al-Islamiyah Pondok Modern Arrisalah (1999/2000) di Ponorogo, penulis melanjutkan ke Institut Studi Islam Darussalam Pondok Modern Gontor Jurusan Manajemen Lembaga Keuangan Islam tamat tahun 2004, Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Pondok Pesantren Wali Songo Ponorogo Jurusan Mu'amalat (Hukum Ekonomi Syariah) tamat tahun 2004 dan Program Akta IV Tarbiyah Jurusan Pendidikan Agama Islam di tempat yang sama. Pada tahun 2005-2006 mendapat beasiswa dari Zakariyya Islamic University Lenasia South Africa untuk Program Studi Islam. Pada tahun 2006, penulis melanjutkan studi di Program Pascasarjana Magister Manajemen Pendidikan Sekolah Tinggi Manajemen IMNI Jakarta hingga selesai tahun 2007. Kemudian melanjutkan studi pada Program Pascasarjana Magister Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan berhasil meraih predikat Cum Laude. Dan saat ini telah menyelesaikan Program Pascasarjana Doktor Hukum Islam Konsentrasi Hukum Ekonomi Syariah di almamater yang sama yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Pengalaman Penulis selain aktif sebagai peneliti sekaligus penulis baik berupa buku maupun berupa jurnal nasional dan internasional juga sebagai nara sumber pada seminar dan loka karya, tutor pada pelatihan dan sebagai tenaga edukatif dimulai sejak tahun 1998

sampai sekarang yaitu menjadi Guru TPA, RA/TK, MI/SD, MTs/SMP, MA/SMA, KMI, dan Dosen perguruan tinggi dari Program Diploma, Sarjana hingga Pascasarjana. Penulis pernah mendapat kehormatan menjadi Guru Agama Masyarakat Indonesia atas permintaan Kedutaan Besar Republik Indonesia dan Guru Agama Masyarakat Malaysia atas permintaan Suruhanjaya Tinggi Malaysia di Republik Afrika Selatan.

Nurul Intan Pratiwi, S.Sos., M.Si



Penulis lahir di Garut 22 April. Menyelesaikan pendidikan D III Penerbitan Politeknik Universitas Indonesia, S1 Komunikasi Fisip Universitas Indonesia, dan S2 Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas. Sekarang masih terdaftar di program doktoral Universitas Sebelas Maret Solo dalam bidang linguistik. Sudah aktif mengajar di Politeknik Universitas Indonesia yang berubah nama menjadi Politeknik Negeri Jakarta sejak 1995. Mata kuliah yang

diampu adalah Asas-Asas Penyuntingan, Pernaskahan, *Asian Studies*, Kemahiran Bahasa Indonesia, Bahasa Indonesia Jurnalistik, Pengantar Komunikasi dan mengajar Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing (BIPA) dalam program Darmasiswa bagi mahasiswa asing yang belajar bahasa Indonesia di Politeknik Negeri Jakarta. Pengalaman Karir dan organisasinya di PNJ sebagai anggota senat, Kepala Humas, Sekretaris Jurusan Teknik Grafika & Penerbitan, Ketua Jurusan Teknik Grafika & Penerbitan, dan Kepala Kantor Urusan Internasional. Alamat email yang bisa dihubungi di nurul.intan@grafika.pnj.ac.id , bisa dijumpai di facebook: Nurul Intan Pratiwi, dan instragram @nurul.inta.

Siti Epa Hardiyanti, S.E., M.M



Penulis adalah dosen Tetap Prodi Perbankan dan Keuangan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penulis memiliki latar belakang pendidikan S1 Manajemen dan S2 Manajemen. Mata Kuliah yang pernah diampu selama menjadi seorang dosen muda di Prodi Perbankan dan Keuangan, salah satunya yaitu Mata Kuliah Etika dan Pengembangan diri. Didalam mata kuliah tersebut terdapat suatu pembahasan tentang Etika dan Komunikasi Bisnis dalam Organisasi yang selalu disampaikan pada peserta didik selama mengampu mata kuliah tersebut. Selain itu, penulis pernah menjuarai Program Keterampilan/Keahlian Sekretaris yang didalamnya terdapat suatu keterampilan/kompetensi tentang Etika Bisnis dan Komunikasi dalam organisasi. Dalam tiga tahun terakhir, penulis sempat menulis 12 karya ilmiah dalam bentuk jurnal nasional dan internasional, dan telah mengikuti beberapa pelatihan dan *conference* di dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu, penulis juga aktif di beberapa organisasi profesional seperti LSP (Lembaga Sertifikasi Profesi), *Council of Asian Editor*, Himpunan Editor Berkala Ilmiah Indonesia, Ikatan Peneliti Indonesia, dan lain-lain. Sebelum menulis buku ini, penulis juga telah menulis 3 buku ber-ISBN, 4 *e-book*, 2 *book chapter* dan 2 monograf. Penulis berharap pada kolaborasi penulisan buku yang berjudul “Komunikasi Bisnis” ini dapat kembali memberikan manfaat bagi khalayak banyak. Dan penulis berharap dengan kolaborasi ini, penulis dapat memberikan *sharing* ilmu dan pengalaman berharga dibidang keilmuan yang pernah dimiliki selama menempuh beberapa level pendidikan dan pelatihan.

Dr. Dra. Susiana Dewi Ratih, M.M



Penulis lahir di Jakarta, 5 September 1964. Menamatkan pendidikan sarjana dari jurusan Biologi Fmipa Universitas Indonesia di tahun 1988, program Magister Manajemen, konsentrasi Manajemen Keuangan di Program Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta di tahun 1999. Dan menjadi Doktor Ilmu Komunikasi di Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta tahun 2017. Bidang ilmu yang diambil tidak linier, namun mencerminkan perubahan paradigma berpikir, dari seorang yang sangat positivistik, yang menemukan bahwa berhubungan dan berinteraksi dalam masyarakat, tidak memungkinkan hanya berpikir secara positivistik. Berdasarkan pengalaman dalam menduduki jabatan struktural dan manajerial, memerlukan kemampuan komunikasi sebagai bagian tidak terpisahkan agar berhasil dalam mengelola organisasi dan masyarakat. Hal ini juga mendukung kariernya sebagai dosen di Perguruan Tinggi Swasta, dalam melakukan kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi, dalam bidang yang berkaitan dengan organisasi masyarakat, baik di bidang industri, pariwisata dan juga bidang kepemudaan. Pengalamannya dalam organisasi bisnis, yang mengharuskannya menjalin komunikasi baik internal maupun eksternal, baik dalam negeri dan luar negeri memberikan tambahan kemampuan dan kompetensi dalam menjalankan sebuah bisnis memerlukan kemampuan komunikasi yang mumpuni.

Agustina Mulyani, S.E., M.M



Penulis adalah salah satu dosen dan peneliti di bidang Manajemen, pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Dahani Dahani Buntok. Tahun 2007 dipercaya untuk menjadi asisten dosen di kampusnya. Kecintaan pada dunia pendidikan diturunkan dari ayahnya penulis yang berprofesi seorang guru Matematika. Penulis juga telah menikah dan pasangan penulis juga merupakan seorang guru Bahasa Inggris. Dikelilingi orang-orang

hebat di dunia pendidikan, membuat penulis semakin termotivasi dalam dunia pendidikan dan dalam bidang penelitian serta kepenulisan. Penulis mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi diperoleh dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Dahani Dahanai Buntok angkatan ke-III Tahun 2010. Kemudian pada tahun 2019 berhasil memperoleh gelar Magister Manajemen, pada Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari (UNISKA) Banjarmasin. Saat ini penulis mengajar pada mata kuliah Pengantar Akuntansi 1, Pengantar Akuntansi 2, Akuntansi Biaya, Manajemen Investasi, dan Komunikasi Bisnis. Buku yang telah dihasilkan penulis adalah buku puisi dengan judul “Mencari Jati Diri”, buku Antologi Cerpen (karya bersama) dengan Judul “Mengukir Kisah Berjuta Makna”, menulis *book chapter* (karya bersama) dengan judul “Manajemen Bisnis di Era Pandemi Covid-19”, menulis *book chapter* (karya bersama) dengan judul “Manajemen Sumber Daya Manusia”.

Rejeki Bangun, S.E., M.M



Rejeki Bangun dilahirkan di Narigunung II, 18 Agustus 1979. Pendidikan Dasar, Menengah dan Pendidikan Atas di tempuh di daerah kelahiran di Tanah Karo Sumatera Utara. Gelar sarjana ekonomi (S.E) di peroleh di Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA) Batam pada tahun 2011 dengan IPK 3.76 dengan predikat kelulusan Cum Laude dan menjadi Lulusan terbaik di Prodi Manajemen. Tahun 2019 menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen (M.M) di Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA) Batam dan menjadi lulusan terbaik tingkat universitas dengan IPK 3.93 dan saat ini bekerja di perusahaan asing yang berlokasi di Batam sebagai Superintendent di PPIC Department yang mencakup Planning, Purchasing dan juga Customer Service.

Yunisa Fitriana, S.ST., M.E



Penulis bernama lengkap Yunisa Fitriana, S.ST., M.E lahir di Banjarmasin, 17 Juni 1992. Merupakan anak sulung dari 3 (tiga) bersaudara pasangan Dr. Ir. H. Sanusi, M.I.Kom & Ir. HJ. Ermina Syainah, MP. Semasa bersekolah, penulis menempuh pendidikan di Banjarmasin hingga mendapat gelar sarjana S1 dari Politeknik Negeri Banjarmasin Jurusan Akuntansi Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, dan mendapatkan gelar sarjana sains terapan (S.ST) pada tahun 2014, kemudian meneruskan jenjang S2 di Institut Tazkia Bogor Program Studi Akuntansi Islam dan lulus dengan gelar Magister Ekonomi (M.E.) pada tahun 2017. Penulis sudah menikah dengan Iptu Moch. Angga Bagus S, S.Tr.K., S.I.K dan dikaruniai satu putra berusia 4 (empat) tahun bernama Muhammad Satryo Zidane Sasongko. Kegiatan sehari-hari penulis adalah sebagai Dosen Muda di Fakultas Studi Islam Program Studi Ekonomi Syariah Uniska Banjarmasin, juga berperan sebagai seorang ibu dan bhayangkari yang mendampingi suami berdinias.

Mira Maulani Utami, S.E., M.M



Penulis menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di tahun 2005. pada Program Studi Manajemen i di Universitas Diponegoro (Undip) Semarang. Kemudian di tahun 2009, dirinya lulus Program Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen bidang *Pemasaran* di Universitas Diponegoro (Undip) Semarang. Penulis kelahiran Bogor ini menjadi dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta) dari tahun 2009 sampai dengan sekarang. Penulis menjabat sebagai Ketua Career Development Center Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untirta , Dosen Teknis bidang Kerjasama Internasional di Pusat Layanan Internasional Untirta serta Ketua Tim Pendamping Desa Wisata Untirta. Penulis juga aktif di beberapa organisasi yaitu di Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Cabang Banten sebagai sekretaris, Relawan Indonesia Mandiri

(RIM) sebagai salah satu pendiri dan juga sekretaris, serta menjadi Past Local President Junior Chamber International (JCI) Chapter Jakarta. Penulis dapat dihubungi via e-mail di alamat: mira.maulani@untirta.ac.id dan mira.utami1983@gmail.com

Dr. Dindin Abdurohim BS, S.Sos., M.M., M.Si



Lahirkan di Bandung, 2 Agustus 1971, Dosen Universitas Pasundan, tahun 2016 menyelesaikan program Doktor Administrasi Bisnis di UNPAD. Pengurus DPP Asosiasi Dosen Indonesia (AD), DPP Asosiasi Ilmu Administrasi Bisnis Indonesia (AIABI), Pengampu Mata Kuliah : Komunikasi Bisnis, Kewirausahaan, Kebijakan dan Strategi Pengembangan UMKM. Studi Kelayakan Bisnis, Kreativitas dan Inovasi dll, Aktif dalam penelitian dan Penerapan Iptek (PKM) pengembangan UMKM, Sertifikat International Trainer : Entrepreneurship and Small Business - EDI. Anggota Eurasia Foundation (from Asia) 2014 – Sekarang, dan Penerima hibah Internasional dari One Asia Foundation (OAF) 2019 dan 2020.

Deavvy M.R.Y. Johassan, S.SOS., M.SI.



Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos. M.Si. lahir di Pontianak pada tahun 1982. Penulis memiliki latar belakang akademik di bidang ilmu komunikasi. Penulis menyelesaikan S-1 di FISIP Universitas Merdeka Malang tahun 2004, dengan judul penelitian *Strategi Media Relations Hotel JW Marriott Jakarta Pascapledakan 5 Agustus 2003*. Penulis menyelesaikan S-2 di Universitas Padjadjaran Bandung, dengan judul penelitian *Konstruksi Realitas Interaksi Manusia Dengan Hewan Anjing (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film Eight Below)*. Saat ini penulis aktif mengajar di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, dan mengelola *podcast* The Story of Communication.

Sattar, S.E., M.Si



Sattar, S.E., M.Si. Menyelesaikan pendidikan S-1 (Manajemen, 2004) dan S-2 (Magister Ilmu Ekonomi. 2009) pada Universitas Mulawarman. Mengikuti Diklat Jabatan Fungsional Arsiparis Tingkat Ahli (ANRI. 2018), Diklat Teknis TOT Kearsipan (ANRI. 2020), Bimbingan Teknis SDM Kearsipan (ANRI. 2020), Sertifikasi Jabatan Arsiparis Ahli Muda (ANRI. 2021), Diklat Teknis Penyusutan Arsip (ANRI. 2021). Sertifikasi Pengelolaan Arsip Statis (ANRI. 2021).

Sebagai anggota Asosiasi Arsiparis Indonesia (AAI. 2019), Persatuan Arsip Perguruan Tinggi Indonesia (PAPTI. 2019). Selanjutnya 01 Pebruari 1998 s.d. 12 Maret 2008 bekerja sebagai Tenaga Teknisi, 12 Maret 2008 s.d. 01 Pebruari 2017 Bagian Kepegawaian, 01 Pebruari 2017 s.d. 30 Januari 2018 Bagian Kemahasiswaan, 30 Januari 2018 s.d. 30 November 2018 Pengelola Kearsipan, dan 01 Desember 2018 s.d. sekarang Arsiparis Ahli Muda, 2 Januari 2021 s.d. sekarang Penanggung Jawab Record Center Archives pada Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman Samarinda. Kemudian 05 Januari 2012 s.d. sekarang bekerja sebagai Dosen pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Samarinda dalam mata kuliah: Perekonomian Indonesia, Ekonomi Koperasi, Pengantar Bisnis, dan Ekonomi Internasional. Buku yang telah ditulis diantaranya Manajemen Arsip Statis, Manajemen Arsip Dinamis, Manajemen Kearsipan, Buku Ajar Teori Ekonomi Makro, Buku Ajar Perekonomian Indonesia, Buku Ajar Ekonomi Koperasi, Buku Ajar Pengantar Bisnis, dan Buku Ajar Ekonomi Internasional. Kritik dan saran, dapat disampaikan kepada penulis dengan mengirimkan surat elektronik ke deceng.3578@gmail.com.

Fajar Satria, MSc., MHum., CHRP., CPMP., CIRP., CHCM



Fajar memiliki pengalaman dalam bisnis, professional, konsultan dan Koordinator Akademik pada beberapa Fakultas Ekonomi dan Bisnis *Universitas Hertfordshire – Raffles College, Institute Bisnis Kwik Kian Gie, Universitas Esa Unggul* serta menjadi pembicara tamu di *Magister Manajemen UNPAD* dan program *SBM-Institut Teknologi Bandung*. Saat ini Fajar menjadi Partner dan Direktur Pengembangan Bisnis dan Strategi Manajemen pada *AIK INVESTAMA*, yang bergerak dalam bidang *Government Relations* dan *Public Affairs*, dan *Komunikasi Bisnis*. Pengalamannya ditunjang masa kerja lebih dari 24 tahun di beberapa perusahaan *Fortune-500* yang berhasil beroperasi di Indonesia, Amerika Serikat, benua Asia untuk bertanggung jawab, diantaranya *Sales dan Marketing Effectiveness*, Pengembangan Bisnis atau *Business Development*. Fajar bersama timnya telah berhasil mensukseskan berbagai kinerja bisnis dan perusahaan melalui berbagai program dan proyek manajemen, diantaranya *CRM, CME, CARE Big Data*, dan *Business Analytics* dan mendapat berbagai prestasi profesional. Fajar mengikuti pendidikan *PhD* dalam bidang *Manajemen* dan beasiswa bergengsi untuk menyelesaikan *Executive Education* dari *INSEAD MBA Program Singapore/Perancis, Fulbright's Exchange Program Amerika Serikat* serta *Shimane University* di *Jepang*. Fajar meraih gelar *S2 Ganda Magister Hukum Bisnis* dari *Universitas Gajah Mada* dan *Master of Science bidang Agricultural Economics* dari *Oklahoma State University*, serta gelar *Sarjana Ekonomi dan Studi Pembangunan* dari *Universitas Padjadjaran*. Beliau aktif dalam komunitas bisnis, perhimpunan alumni dan organisasi Kewirausahaan, Forum Bisnis Keluarga, Komersial dan Perdagangan pada tingkat nasional, Asia dan Global. Fajar senang membaca tentang sejarah dan teknologi serta telah melancong ke lebih dari 24 negara di benua Asia, Australia, Amerika dan Eropa.

Gono Sutrisno, S.E., M.M



Penulis dilahirkan di Jakarta, 23 Februari 1968, sejak Februari 2000 menjadi dosen tetap di STIE Bisma Lepisi. Sebagai Akademisi Aktif dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Mengampu mata kuliah: Pengantar Manajemen, Bisnis, Manajemen Produksi, Manajemen Strategik, Manajemen Sumber Daya Manusia. Lulusan Program Pasca Sarjana (S2) STIE IPWIJA. Pengalaman sebagai Direktur ASM Lepisi, Ketua STIE Bisma Lepisi. Menikah dengan Risa

Ristiani, memiliki tiga orang anak Alaric Ahmad Abidjar, Muhammad Abyan Fahrezi dan Arya Maulana, email: gonosutrisno73@gmail.com



KOMUNIKASI BISNIS

(Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)

Dalam Kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari komunikasi, karena manusia merupakan makhluk sosial sehingga butuh berkomunikasi dengan manusia lainnya. Termasuk dalam dunia bisnis, komunikasi bisnis tentunya sangat diperlukan agar proses bisnis berjalan dengan baik. Komunikasinya bisa berupa sesama anggota perusahaan ataupun rekan bisnis lain. Istilah komunikasi bisnis diartikan sebagai suatu aktivitas pertukaran informasi, gagasan, pendapat, dan instruksi yang disampaikan secara personal atau impersonal melalui simbol-simbol atau sinyal tertentu sehingga didapatkan pemahaman yang sama antar pihak-pihak yang berkomunikasi.

Di dalam aktivitas komunikasi bisnis terjadi pertukaran informasi secara terus menerus. Komunikasi ini dilakukan secara verbal ataupun non verbal dengan tujuan untuk membantu proses pengambilan keputusan pada suatu bisnis. Berdasarkan hal tersebut maka, buku ini menyajikan segala yang dibutuhkan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan roda perputaran perusahaannya agar dapat menciptakan kualitas dan kuantitas perusahaan yang baik.

Oleh sebab itu buku ini hadir dihadapan sidang pembaca sebagai bagian dari upaya diskusi sekaligus dalam rangka melengkapi khazanah keilmuan dibidang komunikasi bisnis, sehingga buku ini sangat cocok untuk dijadikan bahan acuan bagi kalangan intelektual dilingkungan perguruan tinggi ataupun praktisi yang berkecimpung langsung dibidang komunikasi bisnis.

 Penerbit
widina
www.penerbitwidina.com

ISBN 978-623-459-018-0



9 786234 590180